

L'Intelligenza Artificiale è un imperativo per lo sviluppo delle aziende italiane, ma è necessario aumentarne la consapevolezza all'interno dell'organizzazione

Il 77% dei CEO italiani ritiene l'Intelligenza Artificiale un fattore importante o molto importante, ma secondo il 51,2% all'interno della propria azienda non c'è ancora chiarezza su cosa l'IA sia concretamente

Vimercate — 26 luglio 2018 — SAP Italia ha realizzato, in collaborazione con **The European House – Ambrosetti**, il rapporto **La realtà dell'Intelligenza Artificiale**, che indaga il modo in cui essa viene percepita dai CEO italiani e come influenzerà i modelli organizzativi. Per la realizzazione dell'indagine è stata coinvolta la classe dirigente di oltre 500 grandi aziende, sia italiane sia multinazionali operanti in Italia: le risposte raccolte hanno interessato per il 70% amministratori delegati e presidenti e per il 30% direttori generali e consiglieri di amministrazione. Dall'analisi è emerso che i responsabili aziendali italiani **ritengono l'IA un imperativo per lo sviluppo e il mantenimento della competitività delle proprie imprese**, ma questa consapevolezza non è altrettanto diffusa all'interno dell'organizzazione.

La consapevolezza dei CEO e il loro ruolo nell'adozione dell'IA



Quasi 4 rispondenti su 5 (il **77%** degli intervistati) ritengono l'Intelligenza Artificiale un fattore importante o molto importante per il proprio business, solo il 4,6% la considera non molto importante o poco importante. Il livello di percezione dell'importanza dell'IA cresce all'aumentare delle dimensioni aziendali, e quindi del grado di complessità da gestire: il tasso delle risposte "importante" e "molto importante" si attesta al **69%** per le imprese al di sotto dei 50 milioni di euro di fatturato e sale fino all'**89%** in quelle al di sopra dei 500 milioni di euro.

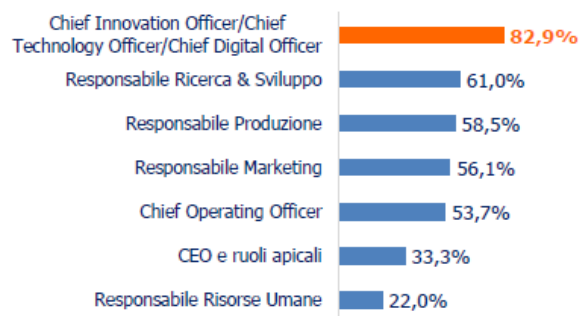
Tuttavia il 51,2% dei business leader afferma che all'interno della propria azienda non c'è ancora chiarezza su cosa sia concretamente l'Intelligenza Artificiale. Questa disomogeneità nel grado di consapevolezza rischia di rallentare e rendere più complesso il graduale processo di implementazione dell'AI nelle diverse funzioni e attività aziendali. Una prima evidenza è che sarà quindi necessario un approccio "top-down" in cui il CEO avrà un ruolo guida nella promozione del cambiamento dal punto vista culturale, strategico e organizzativo.

Inoltre, in veste di principali promotori di questa trasformazione, i CEO saranno chiamati a intervenire su tre aspetti fondamentali:

- **sviluppare** le competenze abilitanti per estrarre valore dall'IA in azienda
- **guidare** l'adozione dell'IA alla luce delle priorità strategiche del business
- **garantire** l'aggiornamento continuo dell'organizzazione sul fronte IA.

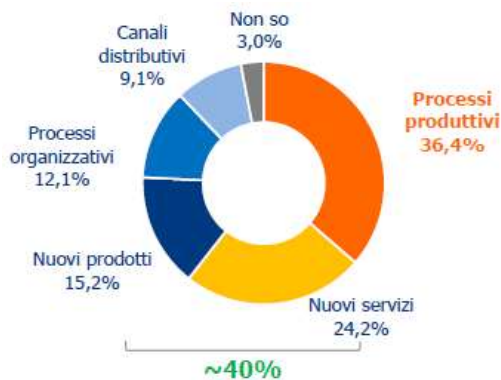
L'impatto dell'IA sull'organizzazione aziendale

Ad oggi, sembra mancare la piena consapevolezza dei CEO circa l'impatto concreto dell'Intelligenza Artificiale sui vertici aziendali e sul loro lavoro. L'82,9% del campione ritiene che il ripensamento di priorità, compiti e responsabilità riguardi, in prima battuta, **il responsabile dell'area innovazione tecnologico-digitale**, ossia il Chief Innovation Officer (CIO), il Chief Technology Officer (CTO) o il Chief Digital Officer (CDO). Seguono il **responsabile di ricerca e sviluppo** (61%), il **responsabile di produzione** (58,5%) e il **responsabile marketing** (56,1%). Solo **un terzo** (il 33%) dei CEO ritiene di essere interessato da un cambiamento sostanziale: emerge quindi la percezione di una netta separazione tra la **dimensione strategica e quella operativo-gestionale**, con i capi d'azienda che tenderebbero a "delegare" la gestione degli aspetti legati allo sviluppo dell'IA ai responsabili delle aree di Innovazione e Tecnologia. Questo approccio esporrebbe le organizzazioni a una visione di breve termine sull'Intelligenza Artificiale. **Per garantire la sostenibilità e la competitività del business nel medio-lungo termine è invece necessario che l'integrazione dell'IA sia prerogativa dei vertici dell'azienda**, con il compito di favorire la comprensione della portata delle sfide e delle opportunità legate a questa tecnologia.



L'implementazione dell'IA nel contesto aziendale

I vertici aziendali sembrano interessarsi in maniera crescente alla sperimentazione di applicazioni per le funzioni cognitive delle macchine. Quasi la **metà dei rispondenti** (48,8%) dichiara che la propria organizzazione sta **sviluppando soluzioni interne di IA**, il **23%** pensa di affidarsi a **partner esterni**, mentre solo **l'11,6%** del campione afferma di **non essere interessato a investire in questa tecnologia nel prossimo triennio**. Gli investimenti saranno orientati prevalentemente allo **sviluppo di nuovi servizi e prodotti** (40%) e al raggiungimento di una **maggiore efficienza produttiva** (36,4%).



Per quanto riguarda gli ambiti di implementazione, oggi l'Intelligenza Artificiale è prevalentemente impiegata nel campo delle relazioni Business-to-Consumer e Business-to-Business, ma è potenzialmente applicabile a tutte le funzioni aziendali, secondo livelli diversi di intensità e complessità gestionale e tecnologica. La maggior parte dei business leader intervistati indicano le aree di **magazzino e logistica** (62,5%), **servizi post-vendita e assistenza clienti** (60%) come quelle in cui potranno dispiegarsi le maggiori opportunità, mentre permane scetticismo sull'applicazione dell'AI nelle aree di **amministrazione, finanza e controllo** (33,3%), **strategia** (26,8%) e **risorse umane** (14,3%).

Perché l'IA impatti su tutte le aree funzionali dell'azienda non è necessario che il CEO diventi un esperto di tecnologia, ma che acquisisca gli elementi necessari per comprendere le implicazioni strategiche di questa tecnologia in ambito aziendale e per governare l'evoluzione in atto. Il rischio è che le imprese sottovalutino le opportunità offerte dall'Intelligenza Artificiale trattandola come uno strumento adatto esclusivamente all'automazione dei processi produttivi. L'interazione tra essere umano e macchina può invece favorire anche il **supporto dei processi decisionali** rendendo l'IA applicabile sia alle funzioni di *front-office* sia a quelle di *back-office*.

“L’arrivo massiccio dell’Intelligenza Artificiale nella operatività delle aziende già oggi imporrà cambiamenti radicali per come l’azienda dovrà essere organizzata e per i ruoli e le mansioni che dovranno essere svolte”, dichiara **Paolo Borzatta, Senior Partner The European House -Ambrosetti**. “Se consideriamo poi le capacità di astrazione sempre più alte della IA, negli aggiornamenti previsti e prevedibili, questo cambiamento sarà ancora più traumatico. Per affrontarlo occorre che i CEO interiorizzino comportamenti simbiotici con la IA nell’azienda sia per il loro ruolo, che per disegnare il ruolo dei collaboratori”.

“Gli esperti di tecnologia e i business leader hanno cominciato a interrogarsi sugli effetti potenziali dell’IA nei loro settori, nelle economie e nella società in generale. Nell’analisi degli scenari, l’approccio più realistico ha condotto a individuare aree di sinergia tra uomo e macchina e ambiti di applicazione in cui alcuni lavori possono essere eseguiti con l’ausilio di tecniche di IA”, commenta **Luisa Arienti, Amministratore Delegato di SAP Italia**. “Sfruttare il potenziale delle nuove tecnologie è una priorità per le persone e per le imprese e chi si occupa di innovazione ha il dovere di aiutarle a coglierne i benefici. Come emerge dalla ricerca, il nostro Paese non è lontano da questa consapevolezza. Uno dei principali obiettivi di SAP è contribuire alla creazione dell’impresa intelligente, anche attraverso la collaborazione virtuosa tra uomo e macchina: solo in questo modo è possibile mettere l’essere umano al centro dell’agire economico, migliorare la vita delle persone e contribuire alla crescita del Paese”.

Per maggiori informazioni visita [SAP News Center](#). Segui SAP su Twitter [@sapnews](#).

SAP

In qualità di leader mondiale nelle soluzioni software per il business, SAP (NYSE: SAP) fornisce applicazioni e servizi per supportare aziende di qualsiasi dimensione operanti in qualunque settore di mercato. Dal back office alla direzione, dal magazzino al punto vendita, dai computer ai dispositivi mobili - SAP consente alle persone e alle organizzazioni di lavorare insieme in modo più efficiente e di utilizzare le informazioni di business in modo più efficace per competere con successo. Le applicazioni e i servizi SAP permettono a oltre 404.000 aziende clienti di operare profittevolmente, di adattarsi costantemente al mercato e di crescere in modo sostenibile. Ulteriori informazioni sono disponibili all’indirizzo www.sap.com/italy.

Quest’anno SAP Italia compie 30 anni. Per saperne di più www.sap3030.it

Seguici su

Facebook: www.facebook.com/sapitalia

Twitter: [@SAPItalia](http://www.twitter.com/sapitalia)

Youtube: www.youtube.com/sapitaliachannel

Slideshare: www.slideshare.net/sapitalia



Contatti Stampa:

SAP Italia

Raffaella Mollame – raffaella.mollame@sap.com
Tel. 039-6879551 – 340 7771644
www.sap.com/italy

Imageware

Stefano Bogani – sbogani@imageware.it
Alessandra Pigoni – apigoni@imageware.it
Andrea Spaziani – aspaziani@imageware.it